



MINI E-BOOK. 25

QUANTO COBRAR PARA GERENCIAR AS REDES SOCIAIS?

“QUANTO COBRAR PARA GERENCIAR AS REDES SOCIAIS?”

A internet já está na vida das pessoas, seja no trabalho, na escola, no happy hour, na reunião ou até no trajeto entre a casa e o compromisso. Claro que esse avanço traz consigo diversas mudanças de hábito. O que antes era uma conversa entre amigos, hoje em dia, tornou-se uma troca de mensagens por algum aplicativo.

As redes sociais são um dos maiores destaques quando falamos sobre o crescimento da internet. Cada dia mais pessoas criam perfis e divulgam informações, fotografias e mensagens no Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn e muitas outras redes sociais.

Mas por trás de toda essa movimentação na internet, temos produção de conteúdo, monitoramento, métricas, planejamento, mídia, relacionamento e muitas outras funções que são atribuídas ao Social Media.

Ficou curioso para entender mais sobre esse mundo? Então, não deixe de ler nosso e-book e descobrir todas as curiosidades, novidades e dicas para quem trabalha ou tem interesse de ingressar nessa área!



VIDA DE SOCIAL MEDIA



Social Media ainda é uma profissão desconhecida por muitas pessoas, mas ela vem crescendo e conquistando um lugar cada vez maior no mercado de trabalho. Muitas empresas já entenderam a necessidade desse profissional e como os serviços dele podem melhorar o marketing de qualquer negócio.

Quais as responsabilidades desse profissional?

O escopo de um Social Media pode encantar as pessoas, afinal, quem não quer um trabalho que exija ficar conectados nas redes sociais 24 horas por dia? Mas a função desse profissional vai muito além disso.

O Social Media é o responsável por cuidar da imagem de uma empresa nas redes sociais, prezando por um conteúdo de qualidade, um relacionamento ativo com os internautas, um monitoramento que consiga identificar comentários positivos, negativos e neutros, além de todo trabalho com o planejamento, métricas e mídia.



Mas qual o melhor caminho para o social media adquirir mais conhecimento?

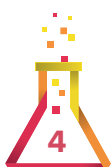
Para ter esse conhecimento, o profissional precisa de muitos cursos especializados e segmentados. Além disso, é preciso ficar online durante todo o dia e acompanhar todas as novidades lançadas pelas redes sociais. Outro ponto importante é a falta de rotina do social media, quem trabalha com esse serviço não tem hora e nem dia para parar, podendo trabalhar durante a noite e aos finais de semana.

Todo esse trabalho tem um preço, mas não são todos os profissionais que sabem calcular um preço justo para esses serviços. Por isso, a mLabs preparou um e-book especialmente sobre isso, explicando sobre o que deve ser levado em conta no momento de cobrar por esse trabalho.



QUAIS SERVIÇOS O SOCIAL MEDIA OFERECE?

O Social Media pode oferecer inúmeros serviços, mas para te explicar melhor sobre o assunto, listamos os principais trabalhos de um profissional da área e explicamos um pouco sobre cada uma dessas funções. Veja:



Produção de conteúdo: a produção de conteúdo é um dos principais trabalhos de um social media. Ele precisa gerar pautas e criar conteúdos voltados ao público da marca que ele trabalha. Mas vale lembrar que essa tarefa não é nada fácil, é preciso entender os clientes, decifrar seus gostos, costumes e hobbies, só assim o profissional consegue levar um conteúdo de alta qualidade para os internautas.



Mas além de tudo isso, é necessário entender as características individuais de cada rede social, um conteúdo que vai bem no Instagram, pode não gerar tanto engajamento no Facebook, por exemplo. Por isso, é preciso investigar aquilo que conquista os internautas daquela mídia.

Depois disso, chega o momento da criação. O Social Media destina uma boa parte do seu tempo na preparação e execução dessas pautas. Um outro fator que influencia o conteúdo das redes sociais é o conhecido “buzz”, que são aqueles assuntos que agitam e viralizam na internet, sendo compartilhado por milhares de pessoas em questão de poucas horas.

Conseguir aproveitar um buzz de forma efetiva é uma tarefa difícil, afinal, o profissional precisa estar conectado constantemente para preparar seu conteúdo assim que a internet começar a disseminação daquele assunto.

Monitoramento: uma outra função muito importante do Social Media é fazer o monitoramento das redes sociais. Basicamente, o profissional precisa ficar atento a tudo que acontece e tem relação com sua marca, seja um comentário, uma menção ou outro tipo de citação que envolva o nome ou os produtos da marca.

Caso o Social Media não realize esse trabalho, um simples comentário negativo pode gerar uma crise nas redes sociais e desvalorizar a imagem da marca, causando muitos prejuízos a empresa e até afetando o lado financeiro da corporação.

Para fazer esse monitoramento, os profissionais costumam usar programas que auxiliam o taggeamento dessas citações. Assim, eles conseguem classificar os comentários como negativos, quando o internauta fala mal da marca ou de algum produto, como neutros, quando alguém faz alguma pergunta para tirar dúvida ou então quando o internauta marca um amigo na publicação, mas também existem os comentários positivos, que são as melhores citações para uma marca.

Depois disso, o profissional levanta a quantidade de cada tipo de comentário e produz um relatório com base nesses dados. Essa etapa também é muito importante, pois demonstra o quanto a marca cresceu e se fortaleceu nas redes sociais.



Relacionamento e Interações: Mas claro que além de identificar um comentário ou menção, é importante que o Social Media responda e interaja com aquele internauta, tentando mudar a visão ou resolver o problema daqueles que comentam de forma negativa, e tentando responder as dúvidas e conquistar aquele internauta neutro, além de fortificar a relação com aqueles que já falam bem da marca.

É nesse momento também que o profissional tem a oportunidade de conhecer mais afundo os seus clientes, conhecendo suas preferências e identificando possíveis oportunidades para a marca, desde a criação de um novo produto, até o insight de um novo conteúdo. Afinal, os consumidores são as pessoas que mais conhecem a sua marca.

Essa etapa também costuma consumir muito tempo do Social Media, uma vez que as interações precisam ser individuais e mesmo com um banco de respostas já pronto, ele precisa adaptar os comentários para cada tipo de citação.

Nesse aspecto, a mLabs pode te ajudar e muito!

Nossa plataforma oferece informações sobre o comportamento e preferências dos seus seguidores. Esses dados são mostrados por meio de gráficos que demonstram o perfil dos fãs, mostrando quem engaja em suas publicações.



QUANTO DEVO COBRAR POR ESSE TRABALHO?

Além dessas funções, o Social Media desenvolve muitas outras com o objetivo de promover a marca, mas para isso é preciso cobrar o valor justo do trabalho desenvolvido. E você sabe como fazer esse cálculo? A seguir, listamos alguns fatores que devem ser levados em conta na hora de chegar ao valor.

O escopo: todo serviço terá um escopo, que é basicamente a quantidade de trabalho que será realizado para aquela marca, ou seja, a quantidade de posts no Facebook, no Instagram e em outras redes sociais. Se será apenas produção de conteúdo ou também monitoramento, relacionamento e outros serviços.

Antes de negociar o escopo de um trabalho é preciso que o Social Media analise se ele terá tempo e ferramentas para a execução daquele serviço como, por exemplo, os programas utilizados em alguns serviços.



As horas de trabalho: um outro fator que influencia muito no valor são as horas que o profissional gastará com aquele trabalho. Muitas vezes isso não é tão levado em conta, mas é necessário que esse critério seja pensado e considerado. Veja o quanto aquele trabalho irá ocupar o seu dia.

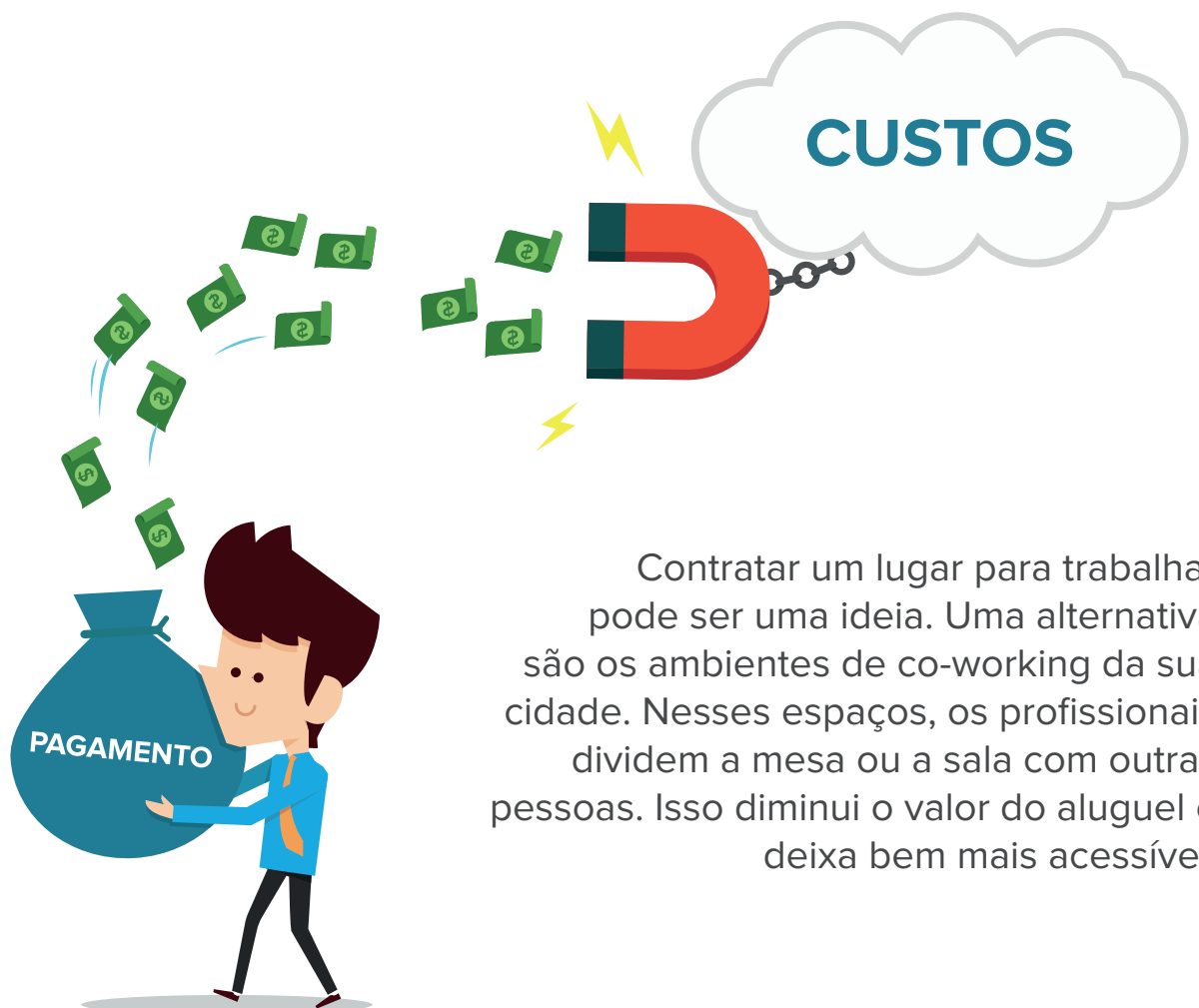
Seja realista quando pensar nas suas horas de trabalho. Nesse momento é melhor separar um tempo bom de execução, assim, além de conseguir produzir o conteúdo com calma, você também terá um tempo de folga caso haja algum problema.

Lembre-se das refeições. É quase impossível produzir os conteúdos, mandar para aprovação do cliente e não ter nenhuma modificação para ser feita. Por isso, inclua algum tempo para que você possa fazer essas mudanças.



Os custos fixos: leve em consideração todos os custos fixos do seu trabalho como o uso da internet, dos itens pessoais, dos programas e também do aluguel de alguma local para trabalhar.

Aliás, esse é um ponto a ser estudado pelo profissional de Social Media que tira sua renda através de freelas. É importante analisar se o seu trabalho como home office está funcionando, algumas pessoas acabam se distraindo quando executam seu serviço em casa e esse fator também pode ser um complicador quando o cliente solicita um encontro ou reunião.



Contratar um lugar para trabalhar pode ser uma ideia. Uma alternativa são os ambientes de co-working da sua cidade. Nesses espaços, os profissionais dividem a mesa ou a sala com outras pessoas. Isso diminui o valor do aluguel e deixa bem mais acessível.

MAS AFINAL, COMO CALCULAR O VALOR DO TRABALHO?

O SINAPRO, sindicato das agências de propaganda de São Paulo, oferece uma tabela com alguns números que podem ser usados de base. Esses valores são por hora-homem. Veja:



PLANEJAMENTO

380,00 a 457,00

PROGRAMAÇÃO

228,00 a 305,00

DESIGN/CRIAÇÃO

305,00 a 381,00

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO (WEB OU REDES SOCIAIS)

305,00 a 381,00

ATENDIMENTO E GESTÃO

305,00 a 381,00

Se esses valores não forem aplicáveis para a sua região, ainda existe a opção de fazer uma conta e chegar a um número mais próximo da sua realidade.

O cálculo que vamos mostrar a seguir é uma ótima base para encontrar o valor que você deve cobrar em seus trabalhos de gerenciamento em redes sociais. É uma fórmula muito simples, mas muito funcional. Veja a seguir.

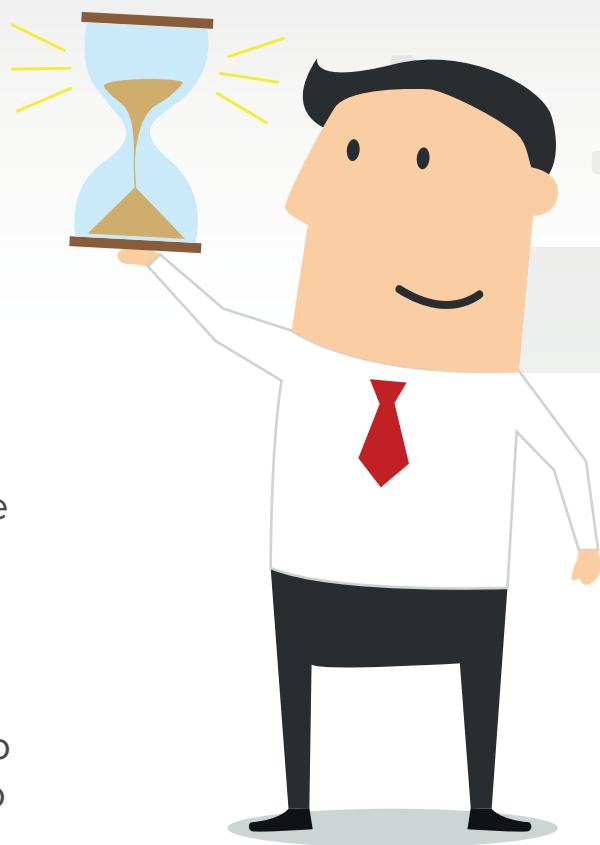
Você deve levar em consideração três grandes fatores:

HORAS TRABALHADAS POR MÊS:

- Se deseja trabalhar 8 horas por dia durante 5 dias na semana, você precisa fazer a seguinte conta: 8 X a quantidade de dias da semana que o mês tiver (normalmente são 20).

Exemplo: $8 \times 20 = 160$

Mas vale ressaltar que um Social Media dificilmente tem horário fixo, se acontecer algo nas redes sociais, o profissional precisará trabalhar independente do dia ou horário, mas nessa soma é preciso colocar uma média de trabalho para chegarmos ao valor do serviço, por isso, no exemplo usamos 8 horas como base.



CUSTO OPERACIONAL:

Nesse item, você deve levar em consideração todos os gastos fixos do seu mês. Inclua a internet, a mensalidades dos programas que você usa e o aluguel do espaço, se você tiver.

Exemplo: R\$ 1500,00

GANHO DESEJADO:

Agora, você precisa chegar a um valor que gostaria de ganhar por mês, isso pode variar bastante e será determinado individualmente por cada profissional.

Exemplo: R\$ 3.500

Chegou o momento de fazer a conta final. Vamos lá para a fórmula:



Valor hora = ganho desejado + custos fixos / horas de trabalho

Exemplo: R\$ 3.500 + R\$ 1.500 / 160 = R\$ 31,25

Ou seja, se pegarmos esse exemplo como referência, o valor hora do profissional é de R\$ 31,25. Agora, é preciso estimar a quantidade de horas de um trabalho e multiplicar por esse valor. Como dizemos, uma conta simples e que pode te ajudar muito!

Esse e-book tem o principal intuito de ajudar a mensurar o importante trabalho dos social medias, uma das profissões que mais cresce atualmente. Conte sempre com a tecnologia para entender de fato o público de cada empresa, de cada rede social. A mLabs te dará insights de como está a performance de suas principais redes sociais, além de ser uma ótima parceira para otimizar tempo agendando conteúdo e criando em segundos relatórios personalizados desse desempenho. Aumente sua produtividade e agregue ainda mais valor aos seus serviços com a mLabs!

SOBRE A MLABS

A **mLabs** é uma ferramenta que contribui para gerir e ampliar a presença digital de sua empresa nas redes sociais. Com ela é possível:



FÁCIL

Gerencie todas as redes sociais no mesmo lugar



COMPETITIVO

Compara o desempenho dos seus canais com seus concorrentes



INTELIGENTE

Sabe sempre o que postar e quando postar



EDUCATIVO

Tem acesso a e-books, análises de mercado e conteúdo exclusivo



ÁGIL

Recebe atualizações em tempo real onde estiver



SUPORTE

Obtém ajuda de analistas e consultores especializados



QUER SABER COMO?

Acesse nosso site e teste grátis 7 dias

<http://bit.ly/GerenciarRedes>

